

PERANCANGAN WEBSITE RENCANGAN MENGENAI MANAJEMEN KEUANGAN BERDASARKAN PRINSIP EKONOMI SYARIAH BAGI REMAJA DI KOTA BANDUNG

Rival Muhamad Ibrahim¹, Siti Desintha², Taufiq Wahab³

^{1,2,3} Universitas Telkom, Bandung

rraeval@telkomuniversity.ac.id¹, desintha@telkomuniversity.ac.id², taufiqwahab@telkomuniversity.ac.id³

Abstrak

Kebutuhan manusia semakin hari semakin bertambah, berbagai inovasi telah dilakukan termasuk di bidang teknologi yang makin memudahkan masyarakat untuk mengakses sesuatu sehingga hal ini mampu memicu sifat konsumtif dalam diri masyarakat. Sifat konsumtif tersebut tidak hanya terjadi pada orang dewasa saja, melainkan remaja juga terdampak dalam kemajuan teknologi tersebut. Rentan usia remaja akhir merupakan rentan usia dimana pada saat tersebut remaja akhir sudah mempersiapkan diri untuk kemungkinan-kemungkinan di masa depan. Hasil analisis tersebut didapatkan dari metode analisis dengan cara studi pustaka melalui buku dan jurnal serta laman media massa yang valid seperti portal berita yang terpercaya serta laman milik pemerintah, harapan dari hasil akhir yang telah dirancang adalah media informasi yang efektif sebagai upaya meningkatkan minat serta munculnya kesadaran remaja akan pentingnya melakukan manajemen keuangan secara Syariah.

Kata Kunci : Konsumtif, Ekonomi Syariah, Remaja, Edukasi

Abstract

Human needs are growing each day, various innovations have been made, including in the field of technology that makes it easier for people to access things so that this can trigger consumptive nature in society. This consumptive life does not only occur in adults but youths are also influenced by these technological advances. Vulnerable late adolescence is a vulnerable age where at that time the late teens have prepared themselves for the possibilities in the future. The conclusions of the analysis were obtained from the analytical method through literature studies through books and journals as well as valid mass media pages such as trusted news portals and government-owned websites. Expectations of the final result that has been designed are information media as an effort to boost interest and the emerging awareness of youth about the importance of taking out Islamic financial management earnestly.

Keywords: *Consumptive, Islamic Economics, Youth, Education*

1. Pendahuluan

Semakin hari kebutuhan manusia semakin bertambah disamping itu manusia juga memiliki keinginan yang tidak akan pernah habis. Berbagai bidang industri melakukan berbagai inovasi yang dimana inovasi ini tidak hanya terjadi pada sebuah produk, namun juga berpengaruh terhadap perkembangan teknologi. Dewasa ini masyarakat semakin dimanjakan dengan adanya teknologi yang mampu mempermudah kegiatan masyarakat sehingga masyarakat semakin mudah mengakses informasi terkait sebuah produk maupun jasa.

Dampak lain yang diakibatkan dari perkembangan teknologi ini adalah adanya perubahan nilai dan gaya hidup masyarakat menjadi konsumtif terutama di wilayah perkotaan. Tentu fenomena ini tidak hanya berlaku pada orang dewasa saja, namun berlaku juga untuk kalangan remaja. Beberapa kemungkinan yang terjadi dalam masa remaja ini adalah adanya perubahan fisik, perilaku, emosi serta sikap. Salah satu dari perubahan perilaku menjadi lebih konsumtif (Sukari, *et.all*, 2013). Menurut Bush salah satu kelompok yang berpotensi sebagai target pasar adalah remaja, sehingga remaja hidup dalam budaya konsumerisme yang membuat mereka sering terjebak dalam perilaku konsumtif (Hylander, 2013). Menurut KBBI, Konsumerisma adalah pandangan dari individu

maupun kelompok yang melakukan aktifitas konsumsi barang hasil produksi yang dilakukan secara berlebihan secara tidak sadar namun berkelanjutan. Pendapat ahli ini diperkuat oleh Mangkunegara (2005) remaja memiliki karakteristik yang mudah terbuju rayuan atau ajakan serta masih memiliki sifat labil dan impulsif dalam berbelanja dan kurang berpikir realistis sehingga memiliki perilaku yang cenderung boros sehingga menyebabkan remaja memiliki perilaku konsumtif. Berdasarkan data dari Indonesia Milenial Report yang dikemukakan oleh OJK pada tahun 2019 bahwa 51% uang remaja digunakan untuk keperluan konsumtif. Dampak yang ditimbulkan dari perilaku konsumtif ini menurut Hidayat adalah keberlangsungan hidup di masa yang akan datang, jika dampak tersebut dapat dikelola dengan baik maka dengan tepat makan akan berpengaruh baik pula di masa yang akan datang (Hidayat et al., 2018).

Salah satu cara untuk menyalakan sifat konsumtif adalah dengan melakukan proses manajemen keuangan yang baik. Manajemen keuangan yang baik dapat tercipta dengan memiliki literasi keuangan yang baik. Menurut Ningtyas (2019) Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang dalam melakukan pengelolaan keuangan, baik saat memperoleh uang tersebut ataupun mengelola informasi yang didapatkan untuk melakukan pengambilan keputusan serta memikirkan konsekuensi yang akan terjadi. Menurut hasil penelitian Laily menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan remaja (Laily, 2016).

Minat pengelolaan keuangan di Indonesia masih kurang yang diakibatkan oleh rendahnya literasi keuangan remaja di Indonesia, hal ini diperkuat dengan survey yang diadakan oleh GoBear Financial Health Index (FHI) pada 2019 bahwa ternyata literasi masyarakat Indonesia terkait keuangan masih tergolong rendah dibanding negara ASEAN lainnya. Indonesia sebagai negara muslim terbesar di dunia tentunya telah mengenal ekonomi islam yang sudah tumbuh dan berkembang diantara kehidupan masyarakatnya. tentunya ekonomi islam ini memiliki beberapa prinsip yang harus diikuti oleh umat islam sebagai acuan dalam mengelola keuangannya. Adapun prinsip itu diantaranya prinsip kepemilikan, keseimbangan serta keadilan.

Berdasarkan fenomena tersebut dibutuhkan edukasi yang lebih efektif terhadap remaja di Kota Bandung agar meningkatkan minat dalam mengelola keuangan, oleh karena itu, perancangan media informasi dengan pendekatan Desain Komunikasi Visual dapat menjadi solusi dalam meningkatkan minat remaja dalam melakukan pengelolaan keuangan. Untuk mencapai literasi keuangan yang baik untuk remaja di era teknologi saat ini diperlukan media edukasi berupa website yang dapat memberikan edukasi terkait manajemen keuangan bagi remaja adalah berupa media informasi dengan menggunakan pendekatan visual yang baik dan menarik agar diminati oleh remaja.

2. Landasan Teori

2.1 Perancangan

Perancangan berasal dari kata rancang yang menurut KBBI dari daring edisi III memiliki arti proses, cara, perbuatan. Merancang merupakan proses mengatur dan mempersiapkan segala sesuatu sebelum mengerjakan, merencanakan dan bertindak.

2.2 Website

Menurut Abdulloh dalam Salsabila (2016) informasi digital berupa teks, video, animasi, audio dan gambar terangkum dalam laman yang terdapat dalam website yang dapat diakses dengan menggunakan jaringan internet menggunakan browser seperti Google Chrom, Mozilla Firefox dan lainnya, sedangkan internet adalah koneksi yang dapat mengirimkan informasi pada website.

2.3 User Interface (UI)

Umumnya UI didefinisikan sebagai sebuah proses merancang tampilan visual dengan aspek fungsionalitas. Tujuan dibuatnya UI adalah agar tampilan perangkat lunak tersebut mudah digunakan dan menyenangkan (Binus.ac.id)

2.4 User Experience (UX)

UX desainer bekerja dengan mengevaluasi pengalaman kemudahan user nilai yang dirasakan, dan seberapa efisien user dapat menyelesaikan keperluannya. Pengetahuan tersebut juga digunakan untuk menentukan sasaran bisnis yang dikelola oleh sebuah proyek UX. (Binus.ac.id).

2.5 Desain Komunikasi Visual

Menurut Tinarbuko (2015:5) DKV merupakan ilmu yang digunakan untuk menyampaikan ide kreatif dan konsep komunikasi yang dapat digunakan dalam berbagai media seperti media grafis, yang didalamnya mencakup layout, ilustrasi serta huruf dan warna.

2.6 Desain Thinking

Saat melakukan perancangan sebuah produk dilakukan dengan metode design thinking yang bisa membantu dalam proses desain, metode ini berfokus pada user. Metode ini sering digunakan oleh Brown yang merupakan pendiri IDEO dan seorang konsultasi desain dengan latar seorang produk desainer yang didasari oleh inovasi.

2.7 Grid

Menggunakan ambang batas vertical dan horizontal untuk memperlihatkan pembagian ruang dan menyediakan ruang untuk desainer untuk menentukan proporsi yang sesuai pada page yang akan didesain. (Evans, Poppy & Aaris Sherin: 58)

2.8 Layout

Untuk mendukung pesan atau konsep yang akan disampaikan pada audiens, diperlukan tahapan untuk menyusun elemen desain dalam media yang telah dipilih. Layout merupakan salahsatu tahapan awal dalam proses desain (Rustan, Suriyanto. 2009: 0).

2.9 Tipografi

Tipografi merupakan hasil dari pengolahan visual terhadap komunikasi verbal dan dapat digunakan sebagai elemen visual yang tepat. Sebuah desain tipografi memiliki ekspresi tersirat didalamnya yang tercipta dengan adanya huruf yang memiliki nilai fungsional serta estetika (Sihombing, 2015: 164).

2.10 Warna

Penggunaan warna harus hati-hati karena dengan penggunaan warna yang kurang sesuai akan membuat kesan yang ingin ditampilkan menjadi berbeda, begitupun sebaliknya apabila penggunaan warna tepat maka akan menghasilkan hasil yang lebih baik. Warna soft akan menggambarkan rasa damai, romantic dan tenang, sedangkan warna yang kontras dapat menggambarkan rasa yang lebih dinamis serta cenderung meriah (Supriyono, 2010:70).

2.11 Ilustrasi

A Dictionary of Art Terms and Techinques mengartikan ilustrasi adalah “gambar yang dibuat untuk melengkapai teks baik pada buku maupun iklan sebagai bentuk usaha memperdalam pesan iklan tersebut.” Menurut Gruger dalam Salam (2017:2) pengertian ilustrasi didefinisikan sebagai gambar yang menerangkan sesuatu.

2.12 Logo

Menurut Kusrianto (2009: 232) Logo yang baik adalah logo yang dapat menggambarkan dengan baik usaha yang diwakilinya dengan visual grafis yang sudah akrab dengan masyarakat.

3. Konsep dan Hasil Perancangan

3.1 Konsep Pesan

Perancangan kali ini dibutuhkan pesan atau informasi yang akan disampaikan melalui output berupa website kepada audiens yakni remaja periode akhir. Pesan yang ingin dibangun pada perancangan kali ini adalah bahwa mengelola keuangan itu merupakan hal yang penting apalagi pengelolaan itu berdasarkan pada nilai-nilai ekonomi Syariah yang dimana tidak hanya membicarakan pengelolaan keuangan untuk diri sendiri tapi bermanfaat juga

untuk sesama. Identitas yang dipilih dalam perancangan website ini adalah “Rencangan” yang merupakan akronim dari kata Rencana Keuangan. Rencangan ini berasal Bahasa Sunda dari kata rerencangan yang berarti teman. Dengan menggunakan nama ini diharapkan remaja akan merasa dekat dan familiar serta menjadikan *website* ini sebagai teman belajar rencana keuangan. Perancangan kali ini ingin menyampaikan bahwa mempelajari tata cara pengelolaan keuangan yang baik itu mudah dan menyenangkan seperti lebih memperhatikan pengeluaran, berbagi, memperhatikan sumber penghasilan dan lain-lain. Konsep pesan dalam perancangan kali ini adalah “Belajar pengelolaan keuangan dengan prinsip Syariah itu mudah dan bermanfaat”. Berdasarkan uraian 54 tersebut, akan timbul kesan pada media informasi yang akan menjadi acuan sebagai kata kunci perancangan:

1. Mudah
2. Akrab
3. Rapi
4. Modern

3.2 Konsep Kreatif

Pada perancangan kali ini diperlukan sebuah pendekatan gaya visual yang sesuai dengan target audiens. Berdasarkan hasil kuisisioner yang telah disebarkan, audiens memilih web dengan pendekatan ilustrasi vektor dengan menggunakan penggabungan outline dan fill color yang menambah kesan serius namun tetap terkesan menyenangkan dan ramah. Warna yang memiliki tone yang kontras, akan digunakan dalam elemen visual yang akan ditampilkan hal ini dikarenakan warna kontras dapat membuat pembaca tetap tertarik dengan warnanya namun dengan layout yang rapi dan modern akan terkesan santai dan ramah.

3.3 Konsep Media

Website merupakan media utama yang dipilih berdasarkan pada hasil wawancara, serta kuesioner yang telah disebarkan. Website ini berisi tentang tata cara pengelolaan keuangan seperti artikel manfaat berbagi, perbedaan infaq, zakat dan sedekah, investasi dan tips kelola keuangan yang baik dan benar. Sedangkan media pendukung terdiri dari media cetak dan media digital.

3.4 Hasil Perancangan

3.4.1 Logo

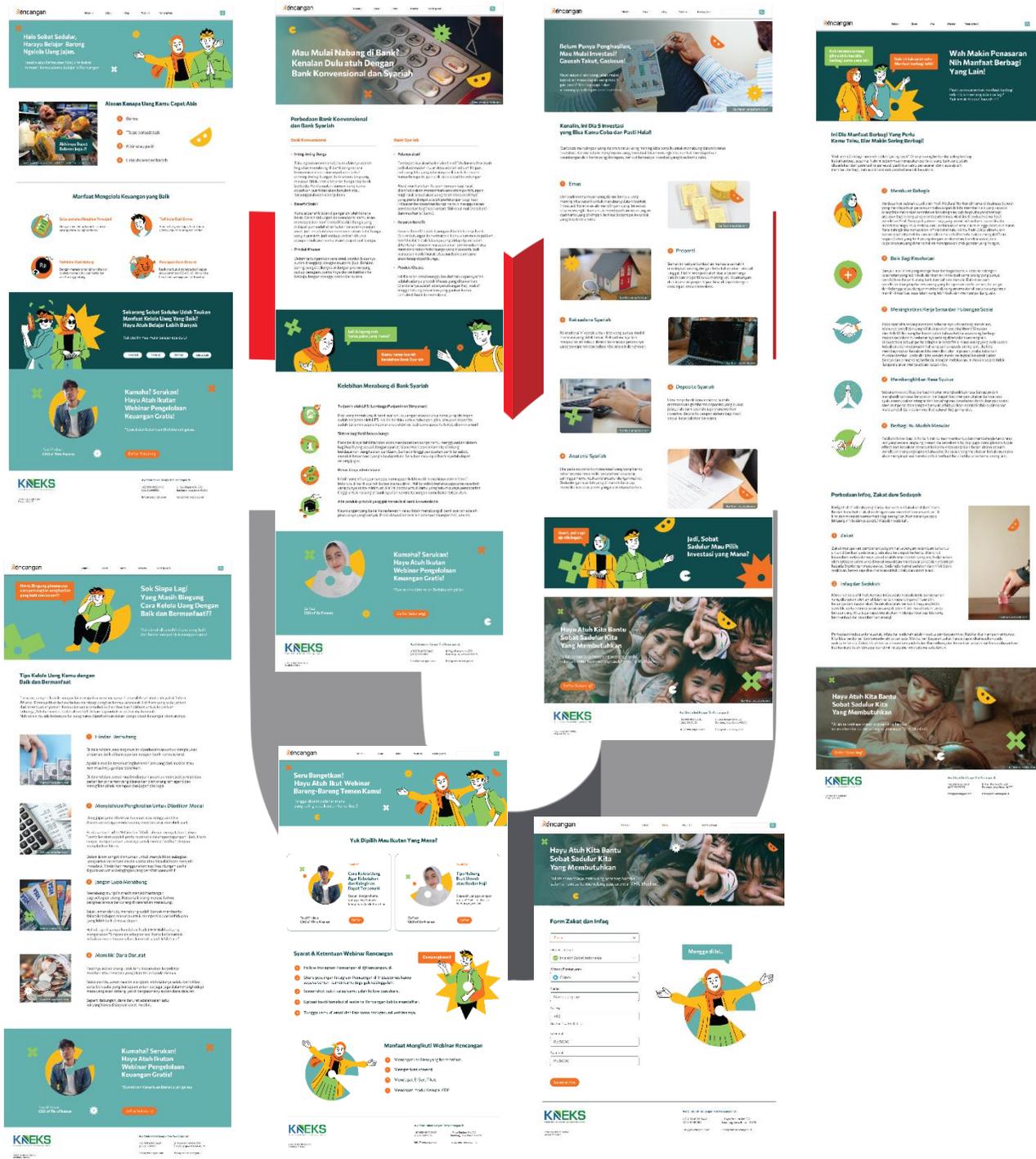
Logo merupakan identitas utama sebuah produk atau jasa. Pada perancangan ini logo menggunakan jenis logotype yang dimana. Logo ini merupakan modifikasi dari font Meera Inimai Regular, penggunaan font ini dikarenakan font ini memiliki keterbacaan yang baik serta memiliki kesan modern. Logogram terdiri dari huruf R dan tampak seperti seseorang yang melambaikan tangannya sebagai ajakan untuk belajar mengelola keuangan dengan baik.



Gambar 1.1 Logo Rencangan

Sumber: Rival Muhamad Ibrahim, 2021

3.4.2 Media Utama



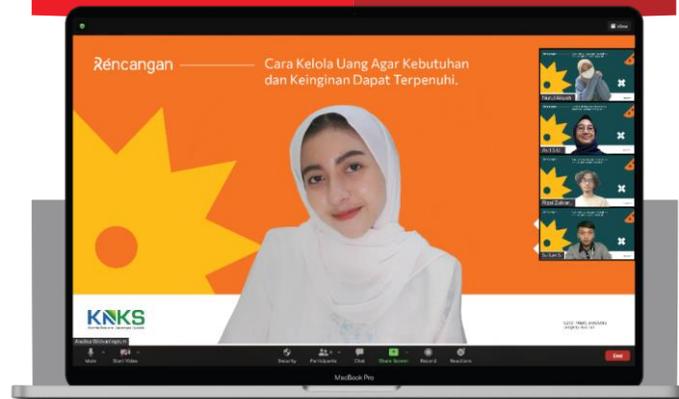
Gambar 1.2 Halaman Website
Sumber: Rival Muhamad Ibrahim, 2021

3.4.3 Media Pendukung



Gambar 1.3 Instagram Post dan Stories Ads

Sumber: Rival Muhamad Ibrahim, 2021



Gambar 1.4 Zoom Background

Sumber: Rival Muhamad Ibrahim, 2021



Gambar 1.5 ID Card

Sumber: Rival Muhamad Ibrahim, 2021



Gambar 1.6 A5 Brosur

Sumber: Rival Muhamad Ibrahim, 2021



Gambar 1.7 Sticker Set

Sumber: Rival Muhamad Ibrahim, 2021



Gambar 1.8 Pin

Sumber: Rival Muhamad Ibrahim, 2021

3.5 Hasil Usability Testing

Hasil dari usability testing yang telah dilakukan terhadap empat orang calon pengguna. Setelah dilakukan testing, dapat disimpulkan bahwa user mampu mengoperasikan website ini. User cukup terkendala saat mencari tombol log in dikarenakan berada pada sudut layer yang terkesan kurang stand out sehingga tombolnya sulit untuk ditemukan.

4. Kesimpulan dan Saran

Edukasi keuangan berdasarkan prinsip ekonomi syariah dapat sesuai kepada remaja apabila website tersebut menggunakan visual yang menarik serta mudah digunakan. Pembahasan konten informasinya harus menggunakan bahasa yang lebih kasual agar sesuai dengan remaja. Selain memiliki tampilan yang baik website ini pun harus mudah digunakan. Hal tersebut agar remaja lebih mudah mengkap informasi tentang pengelolaan keuangan yang baik

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, peneliti dapat memberikan saran terhadap pengembangan website ini kedepannya dapat dimaksimalkan pada media promosi dan pengembangan media yang saling terintegrasi agar jumlah *audience* yang dapat lebih banyak. Diharapkan penelitian ini kedepannya dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya agar selanjutnya dapat lebih baik lagi.

Referensi

Buku:

- Abdulloh, R. (2016). *Easy and Simple Web Programming*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Evans, Poppy dan Aaris Sherin. 2004. *The Graphic Design Reference and Specification Book*. United states of America: Rockport Publisher
- Kusrianto, Adi. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI.
- Mangkunegara, A. P. (2005). *Perilaku konsumen*. Bandung: PT. Refika Aditama
- Rustan, Suriyanto. 2009. *Layout dasar dan penerapannya*. Jakarta: Gramedia
- Sihombing, Danton. 2015. *Tipografi dalam desain grafis*. Jakarta: Susanto, M. R., Retnaningsih,
- Supriyono, R. 2010. *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi

Jurnal:

- Hidayat, Tri. (2018). *Peran Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Kaum Remaja Di Desa Tegal Kertha, Kecamatan Denpasar Barat, Kota Denpasar*.
- Hylander, F. (2013). *To Think, To Feel, To Have: The Effects Of Need For Cognition, Hedonism And Materialism On Impulse Buying Tendencies In Adolescents*.
- Laily, Nujmatul. (2013). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa dalam Mengelola Keuangan*.
- Ningtyas, Mega (2019). *Literasi Keuangan Pada Generasi Milenial*.

Internet:

- Ali, Dewi Sashkia. 2017. *Design Thinking*. <https://sis.binus.ac.id/2017/12/18/design-thinking-2/>. Diakses 30 April 2021
- Syafina, Dea Chadliza. (2019). *Kenapa Generasi Milenial Sulit Mengelila Keuangan*. <https://tirto.id/mengapa-generasi-milenial-sulit-mengelola-keuangan-eeDV>. Diakses 31 Januari 2021 jam 10.40

Binus, (2020). Apa Itu User Interface Design. <https://binus.ac.id/knowledge/2020/01/apa-itu-user-interface-design/>. Diakses 23 Maret 2021 jam 16.45

Binus. (2020) . Pengenalan User Experience Design. <https://sis.binus.ac.id/2019/06/19/pengenalan-user-experience-design/>. Diakses 23 Maret 2021 jam 13.30

CNN. (2018). Alasan Generasi Milenial Lebih Konsumtif. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180418215055-282-291845/alasan-generasi-milenial-lebih-konsumtif> . Diakses 30 Maret 2021 jam 14.00

